

Table des matières

- Marc BONHOMME & Gilles LUGRIN
 Avant-propos----- 1-2
- Jean-Michel ADAM
 Intertextualité et interdiscours: filiations et
 contextualisation de concepts hétérogènes ----- 3-26
- Patrick CHARAUDEAU
 La situation de communication comme lieu de
 conditionnement du surgissement interdiscursif ----- 27-38
- Sophie MOIRAND
 Entre discours et mémoire: le dialogisme à
 l'épreuve de la presse ordinaire ----- 39-55
- Louis de SAUSSURE
 Implicatures et métareprésentations en contexte
 de presse écrite ----- 57-75
- Anne BEAULIEU-MASSON
 Cadres et points de vue dans le discours
 journalistique ----- 77-89
- Laurence ROSIER
 Nouvelles recherches sur le discours rapporté:
 vers une théorie de la circulation discursive? ----- 91-105
- Dominique MAINGUENEAU
 Les énoncés détachés dans la presse écrite.
 De la surassertion à l'aphorisation ----- 107-120
- Françoise REVAZ
 L'allusion dans les titres de presse ----- 121-131
- Gilles LUGRIN
 De la poétique à l'analyse du discours
 publicitaire: l'hypertextualité, entre intertextualité
 et architextualité ----- 133-149

IV

▪ Stéphanie PAHUD	
Circulation publicitaire des discours sur les sexes -----	151-163
▪ Marc BONHOMME	
Parodie et publicité -----	165-180
▪ François JOST	
Monde de la télévision et monde de la publicité -----	181-197
▪ Marcel BURGER	
La gestion de la complexité des interactions médiatiques -----	199-217
Adresses des auteurs -----	219